**誰在乎呢？**

2008年6月巴西總統盧拉（Luiz Inacio Lula da Silva）表示：「雨林遭濫墾有八成可歸咎於蓄養牛隻」。巴西在過去廿年，有70萬平方公里已遭破壞，相當於每10秒鐘就破壞一個足球場面積。財報分析：「愛迪達在 2008年度第4季的營收，由原先24.2億歐元上升了6.2%至25.7億歐元，高於預估的24.7億歐元。」這些數字湊在一起，發現整個世界最不可忽視的角色，就是在大街小巷走來走去、在運動場上跑跳的消費者，他們根本等不及穿破一雙球鞋，只要新款式一報到，流行風一刮，立刻熱情擁抱再買一雙。幾十億人口喜新厭舊造就的非理性力量，正在一步一步地改變世界。

企業大多對生態環境關懷、提高工資、改善工作環境等等興趣缺缺，因為提高工資改善工作環境，只有工會關心，消費者根本不在乎。關懷生態環境只有環保人士偶爾叫囂，消費者聽了都煩。只有給我更新的款式、更新的功能、更漂亮的價格，其餘免談。即便品牌的蓬勃壯大是建立在廉價勞工的背脊上，企業獲利來自環境生態的萬劫不復，消費者還是只管價錢，除了錢，其他都不重要。污染、暖化、洪水、飢荒，這些如果剛好電視正在播放，我會看一下，但只是表面的，無動於衷的，一切都會從眼前滑過去，對 ! 看世界就像看電視一般，下一分鐘早已忘記上一分鐘演什麼，「 結果 」是什麼都無關緊要了。